

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»**

Методические указания по подготовке к государственному экзамену и выполнению выпускных квалификационных работ

по направлению 38.04.02 Менеджмент
программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) – магистр

Форма обучения: очная

Год начала подготовки – 2022

Утверждена в составе ОПОП.

Составители: к.э.н., доцент кафедры менеджмента, маркетинга и туризма Кучиева И.Х.

Владикавказ 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ	4
1.1 Общие положения	4
1.2 Цель и задачи государственной итоговой аттестации выпускников	4
1.3 Перечень компетенций, подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации	5
1.4 Трудоемкость государственной итоговой аттестации	7
1.5 Порядок проведения государственной итоговой аттестации	7
2. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА	8
2.1 Порядок проведения государственного экзамена	8
2.2. Перечень дисциплин, выносимых на государственную итоговую аттестацию в форме государственного экзамена	8
2.3 Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен	9
2.4 Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену	11
2.5 Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов	12
2.6 Учебно-методическое и информационное обеспечение государственного экзамена	13
2.7 Материально-техническое обеспечение подготовки и проведения государственного экзамена	16
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ И ЗАЩИТЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ	16
3.1 Общие положения	16
3.2 Цели и задачи выпускной квалификационной работы	17
3.3 Требования к выполнению выпускной квалификационной работы	17
3.4 Требования к структуре и содержанию ВКР	19
3.5 Требования к оформлению ВКР	20
3.6 Процедура защиты выпускной квалификационной работы	22
3.7 Критерии оценивания ВКР	23
3.8 Примерные темы ВКР по направлению 38.04.02. «Менеджмент» программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью»	25
3.9 Материально-техническое обеспечение защиты ВКР	27
3.10 Лист актуализации	27
ПРИЛОЖЕНИЯ	29

1. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

1.1. Общие положения

Государственная итоговая аттестация магистров, обучающихся по основной профессиональной образовательной программе (ОПОП) Менеджмент, программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью», направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.02 Менеджмент.

К итоговым аттестационным испытаниям допускаются студенты успешно завершившие обучение по ОПОП в ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова».

При условии успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний (положительные оценки), входящих в итоговую государственную аттестацию, выпускнику высшего учебного заведения присваивается соответствующая квалификация магистра и выдается диплом государственного образца о высшем профессиональном образовании.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень - магистратура) программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью» в блок «Государственная итоговая аттестация» входят:

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (уровень подготовки - магистратура);
- подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы (уровень подготовки - магистратура).

Государственный экзамен проводится устно. В соответствии с решением Ученого совета Университета для основных профессиональных образовательных программ подготовки магистров государственные аттестационные испытания проводятся в форме государственного экзамена (в форме государственного междисциплинарного экзамена) и защиты выпускной квалификационной работы магистра.

Темы выпускных квалификационных работ (далее - ВКР) определяются и утверждаются выпускающей кафедрой маркетинга и рекламы. Студенту предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы вплоть до предложения своей темы, соответствующей направлению подготовки, с необходимым обоснованием целесообразности ее написания.

1.2 Цель и задачи государственной итоговой аттестации выпускников

Целью государственной итоговой аттестации (в дальнейшем - ГИА) является установление степени соответствия уровня качества подготовки выпускника высшего учебного заведения к выполнению профессиональных задач и соответствия его требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) и основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) по направлению подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент программа «Маркетинга, реклама и связи с общественностью».

Задачи государственной итоговой аттестации: комплексная оценка уровня подготовки магистров Университета, которая:

- строится с учетом изменений в содержании и организации профессиональной подготовки магистров, описываемых в рамках компетентности парадигмы образования;
- оценивает уровень сформированности у магистра необходимых компетенций, степени владения выпускником теоретическими знаниями, умениями и практическими навыками для профессиональной деятельности;
- учитывает возможность продолжения образования студентом на более высоких ступенях.

1.2 Перечень компетенций, подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации

Код и наименование компетенции	Форма государственной итоговой аттестации, в рамках которой проверяется сформированность компетенции
<i>Универсальные компетенции</i>	
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>	
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа

ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
<i>Профессиональные компетенции,</i>	
<i>организационно-управленческая деятельность:</i>	
ПК-1. Способен участвовать в разработке проектов в сфере маркетинга, рекламы и связей с общественностью	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
ПК-3. Способен разрабатывать обоснованные предложения по повышению эффективности использования инструментов комплекса маркетинга	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
<i>Информационно-аналитическая деятельность:</i>	
ПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа
<i>научно-исследовательская деятельность</i>	
ПК-4. Способен к проведению научно-исследовательских работ в области системы интегрированного маркетинга	Государственный экзамен и выпускная квалификационная работа

1.4 Трудоемкость государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация является завершающим этапом освоения образовательной программы и входит в Блок 3 учебного плана подготовки по направлению 38.04.02 Менеджмент, программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью».

Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации по направлению 38.04.02 Менеджмент (уровень - магистратура), программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью», составляет 9 зачетных единиц (324 часа), в том числе:

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Б3.Б.01 (Г) - 3 зачетные единицы (108 часов);
- защита ВКР, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты Б3.Б.02 (Д) – 6 зачетных единиц (216 часов).

1.5 Порядок проведения государственной итоговой аттестации

Порядок и сроки проведения аттестационных испытаний устанавливаются на основании Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГБОУ ВО «СОГУ» (приказ от 20.03.2020 № 79), и в соответствии с графиком учебного процесса по направлению подготовки магистров 38.04.02 Менеджмент, программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью».

Программа государственной итоговой аттестации, включая программы государственных экзаменов и требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения, критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов и защиты выпускных квалификационных работ, соответствующие установленным требованиям, а также порядок подачи и рассмотрения апелляций доводятся до сведения обучающихся не позднее чем за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

При формировании расписания устанавливается перерыв между государственными аттестационными испытаниями продолжительностью не менее 7 календарных дней.

Для обучающихся из числа инвалидов государственная итоговая аттестация проводится с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья, и обеспечивается выполнением следующих требований:

- проведение государственной итоговой аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего (оказывающих) обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с председателем и членами государственной экзаменационной комиссии);

- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации, с учетом их индивидуальных особенностей;

- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Обучающийся инвалид не позднее чем за 3 месяца до начала проведения государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении государственных аттестационных испытаний с

указанием его индивидуальных особенностей. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в Университете).

В заявлении обучающийся указывает на необходимость (отсутствие необходимости) присутствия ассистента на государственном аттестационном испытании, необходимость (отсутствие необходимости) увеличения продолжительности сдачи государственного аттестационного испытания по отношению к установленной продолжительности (для каждого государственного аттестационного испытания).

2. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

2.1 Порядок проведения государственного экзамена

К государственному экзамену допускаются лица, завершившие полный курс обучения по основной профессиональной образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом на момент проведения экзамена.

Государственный экзамен проводится по утвержденной кафедрой маркетинга и рекламы и одобренной Ученым советом СОГУ программе, содержащей перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен, и рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену, в том числе перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену.

Перед государственным экзаменом проводится консультирование обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена (далее - предэкзаменационная консультация) не позднее чем за 1 день до начала государственного экзамена.

Для проведения экзамена создается государственная экзаменационная комиссия, которая формируется в соответствии с Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и **программам магистратуры** ФГБОУ ВО «СОГУ», утвержденным приказом от 20 марта 2020 г. N 79.

Государственный экзамен по направлению 38.04.02 Менеджмент, программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью» проводится в устной форме с обязательным составлением письменных тезисов ответов на специально подготовленных для этого бланках и включает вопросы по дисциплинам, входящим в Программу государственного экзамена.

Список вопросов по каждой дисциплине, входящей в государственный экзамен, определяется в программе государственного экзамена и утверждается на заседании кафедры маркетинга и рекламы. Билеты формируются из двух частей:

1. Вопросы, в которых отражены теоретические положения дисциплин, посвященных эволюции развития, механизмам реализации, приемам и методам маркетинга, рекламы и связей с общественностью.

2. Вопросы, ориентированные на выявление профессиональных навыков магистрантов по работе с узкими предметными областями.

Экзамен проводится в форме устного ответа по экзаменационным билетам. В экзаменационные билеты включены 2 вопроса и практическое задание:

Первый и второй вопросы билета отражают теоретические положения общих и специальных дисциплин.

Практическое задание – это деловая ситуация или задача, оно ориентировано на выявление профессиональных навыков в маркетинге, рекламе и связях с общественностью. На подготовку к ответу магистранту дается не более 60 минут. После ответа на вопросы билета члены Государственной экзаменационной комиссии могут задать дополнительные вопросы

в соответствии с общей программой экзамена. Во время ответа желательное присутствие научного руководителя, мнение которого заслушивается и учитывается при выставлении итоговой оценки. Общее время нахождения магистранта в аудитории во время экзамена не должно превышать полутора часов.

2.2 Перечень дисциплин, выносимых на государственную итоговую аттестацию в форме государственного экзамена

Итоговый государственный экзамен для получения квалификации магистра экономики по направлению 38.04.02 Менеджмент, программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью» включает вопросы по следующим дисциплинам:

- дисциплины базовой части учебного плана подготовки магистров по данному направлению: «Методы исследований в маркетинге», «Интегрированные коммуникации», «Современный стратегический анализ в маркетинге»;

- дисциплины вариативной части Блока 1 учебного плана, в том числе дисциплины по выбору: «Маркетинговый анализ и ситуационный анализ», «Теория и практика потребительского поведения», «Коммуникативное взаимодействие» и др. дисциплины.

2.3 Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен

1. Этапы становления и эволюции концепций маркетинга.
2. Сущность современной концепции маркетинга.
3. Программы маркетинга как инструмент рыночной деятельности предприятия.
4. Роль товарной политики в системе современного маркетинга
5. Маркетинговая инновационная политика предприятия
6. Роль ценовой политики в системе «Маркетинг – микс»
7. Виды ценовых стратегий в маркетинге
8. Сбытовая и торговая деятельность в системе современного маркетинга.
9. Содержание и направление маркетинговых исследований
10. Характеристика последовательности этапов проведения маркетинговых исследований.
11. Общая характеристика методов проведения маркетинговых исследований.
12. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований.
13. Метод фокус – группы, цели применения данного метода. Достоинства и недостатки.
14. Коммуникация и коммуникативные процессы в обществе.
15. Причины возникновения и развития интегрированных коммуникаций.
16. Современные технологии, средства и инструменты интегрированных коммуникаций.
17. Понятие и основные компоненты интегрированных коммуникаций.
18. Marketing mix и ИМК. Взаимосвязь Маркетинг mix и ИМК.
19. Интегрированные коммуникации в системе маркетинга организации.
20. Место PR в системе продвижения.
21. Исследование конкурентной среды.
22. Целевые аудитории в деятельности специалиста по коммуникациям. Определение целевых аудиторий.
23. Спонсорская деятельность как одно из направлений деятельности менеджера по рекламе и PR.
24. Виды спонсорского участия. Информационное и техническое спонсорство. Отличие благотворительности и меценатства от спонсорства. Фандрайзинг.
25. Анализ рынка как инструмент коммуникативной деятельности.

26. Требования к деятельности специалиста по рекламе и PR.
27. Специальные события (Event-marketing) как инструмент интегрированных коммуникаций. Корпоративные специальные мероприятия.
28. Медиапланирование и медиастратегии как основа коммуникационной политики предприятия. Медийная компонента в деятельности специалиста по рекламе и PR.
29. Средства публич рилейшнз. Методы публич рилейшнз.
48. Технологии PR - НЛП-технологии, медиации, фасилитации (от англ. «facilitate» – облегчать)
30. Виды имиджей, характерные в целом и для организаций, и для отдельно взятых личностей.
31. Сейлз-промоушн, основные элементы.
32. Понятие, сущность и задачи рекламы. Виды рекламы
32. Социально-психологические основы рекламы
33. Процесс воздействия и восприятия рекламы
34. Выразительные средства рекламы
35. Правовое регулирование рекламной деятельности
36. Рекламные агентства и их деятельность
37. Практика применения различных видов рекламных кампаний крупными фирмами.
38. Роль РК в продвижении продукта.
39. Экономическая и психологическая эффективность рекламной деятельности.
40. Из каких элементов состоит внутренняя среда территории?
41. Перечислите составляющие внешней среды территории. Проанализируйте степень их влияния.
42. Дайте характеристику любого (по выбору) инструмента комплекса маркетинга территории.
43. Сущность территориального продукта с точки зрения маркетингового подхода.
44. Понятия «цена продукта» и «цена территориального продукта».
45. Специфика механизма территориального маркетинга.
46. Понятие потребления. Модель потребительского поведения.
47. Культура и ее особенности как внешнего фактора потребительского поведения.
48. Функционирование культуры. Понятие норм и ценностей. Связь ценностей, норм, санкций и образцов поведения.
49. Культурные вариации в вербальных и невербальных коммуникациях (в отношении времени, пространства, дружбы, соглашений, вещей, символов, этикета).
50. Кросс-культурные и глобальные маркетинговые стратегии, факторы их разработки.

2.4 Подготовку к сдаче государственного экзамена необходимо начать с ознакомления с перечнем вопросов, выносимых на государственный экзамен. Пользуйтесь при подготовке ответов рекомендованной обязательной и дополнительной литературой, а также лекционными конспектами, которые вы составляли.

Во время подготовки к экзамену рекомендуется помимо лекционного материала, учебников, рекомендованной литературы просмотреть также выполненные в процессе обучения задания для индивидуальной и самостоятельной работы, задачи, контрольные и курсовые работы.

В процессе подготовки ответа на вопросы необходимо учитывать изменения, которые

произошли в законодательстве, увязывать теоретические проблемы с практикой сегодняшнего дня.

Обязательным является посещение консультаций и обзорных лекций, которые проводятся перед государственным экзаменом.

2.5 Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов

Описание критерия	Оценка
обучающийся правильно, четко, аргументировано и в полном объеме изложил содержание экзаменационных вопросов, успешно выполнил практические задания, убедительно ответил на все дополнительные вопросы, показал высокий уровень сформированных компетенций	«отлично»
обучающийся правильно, но недостаточно полно изложил содержание теоретических экзаменационных вопросов, успешно выполнил практические задания, испытывал затруднения при ответе на дополнительные вопросы, показал продвинутый уровень сформированных компетенций (допускается получение по одному из теоретических экзаменационных вопросов оценки «удовлетворительно»);	«хорошо»
обучающийся изложил основные положения теоретических экзаменационных вопросов, правильно выполнил практическое задание, испытывал серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы, показал пороговый уровень сформированных компетенций (допускается получение по одному из теоретических экзаменационных вопросов билета оценки «неудовлетворительно»);	«удовлетворительно»
обучающийся по большинству теоретических экзаменационных вопросов получил оценка «неудовлетворительно» или не справился с выполнением практических заданий.	«неудовлетворительно»

Ответы экзаменуемых на все поставленные вопросы заслушиваются членами государственной экзаменационной комиссии, каждый из которых выставляет частные оценки по отдельным вопросам экзамена и итоговую оценку, являющуюся результирующей по всем вопросам. Оценка знаний обучаемого на экзамене выводится по частным оценкам ответов на вопросы билета членов комиссии. В случае равного количества голосов мнение председателя является решающим.

Оценки за экзамен объявляются в день сдачи экзамена после их утверждения председателем ГЭК.

Образец экзаменационного билета для государственного экзамена по направлению 38.04.02. «Менеджмент» программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью»

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»**

Факультет Экономике и управления
Направление Менеджмент 38.04.02
Программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью»
Курс Государственный экзамен

Экзаменационный билет № 1

Билет №1.

1. Этапы становления и эволюции концепций маркетинга.
2. Современные технологии, средства и инструменты интегрированных коммуникаций.
3. Технологии PR - НЛП-технологии, медиации, фасилитации (от англ. «facilitate» – облегчать)

Зав. кафедрой:

Кучиева И.Х.

2023-2024 учебный год

2.6. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственного экзамена

Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные образовательные ресурсы

1. Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://www.garant.ru/>).
2. Справочная правовая система КонсультантПлюс (<http://www.consultant.ru/>).
3. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>.
4. Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>.
5. Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.
6. ЭБС"Консультант студента" (<https://www.studmedlib.ru>).
7. Статистическая база данных «Росстат» (<https://rosstat.gov.ru/>).
8. Электронная база данных Правительства РФ «Электронное правительство» (<https://www.google.com/url?q=https://rosstat.gov.ru>).

1. Библиотека маркетинга - <http://www.bma.ru/>

2. Энциклопедия маркетинга - <http://www.marketing.spb.ru/>

3. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - <http://www.dis.ru>

4. Журнал «Практический маркетинг» - <http://www.bci-marketing.aha.ru/>
5. Консалтинговая компания (БизнесКонсалтингГрупп) - <http://www.bkg.ru>
6. Библиотека маркетинга - <http://www.bma.ru/lib/lib8.htm>
7. Российская ассоциация маркетинга - <http://www.ram.ru>
8. Маркетолог On-line - www.marketolog.ru
9. Гильдия маркетологов - www.marketologi.ru
10. Энциклопедия рекламных знаний - www.ereklama.ru
11. PR, маркетинг, реклама, политика - www.7st.ru
12. Маркетинг в сетях - <http://marketing.al.ru>
13. Корпоративный маркетинг - www.marketing.mix.ru
14. Система межрегиональных маркетинговых центров - www.marketcenter.ru
15. Бренд. Брендинг - www.newbranding.ru
- Журнал «Пресс-служба». – Режим доступа <http://www.pres-service.ru>
16. Международный пресс-клуб. – Режим доступа <http://www.pressclub.host.ru>
17. PR-портал Российской ассоциации по связям с общественностью. – Режим доступа: <http://www.raso.ru>.
18. Центр коммуникативных технологий PRопаганда - Режим доступа <http://www.propaganda.ru>
19. Центр политического консультирования «Никколо М». – Режим доступа <http://www.nikkolom.ru>
20. Электронная библиотека по PR. – Режим доступа http://www.pressclub.host.ru/PR_lib/PR_Rabots.shtml#B3
21. Сайт Международного Клуба PR-управляющих. – Режим доступа: <http://www.pr-professional.ru>.

Рекомендуемые интернет-адреса:

1. Е-журнал по маркетингу: <http://4p.ru>
2. Е-журнал по маркетингу: www.marketing.spb.ru
3. Е-журнал по маркетингу: www.cfin.ru
4. Интернет-сайт «Below the line»: <http://www.btl.ru>
5. <http://www.mavriz.ru> - Маркетинг в России и за рубежом
6. <https://bci-marketing.ru> – Практический маркетинг
7. <https://grebennikon.ru/journal-3.html#volume2019-2> - Маркетинг и маркетинговые исследования

Специализированные профессиональные СМИ:

8. журнал “Советник” - www.SOVETNIK.ru
9. Журнал «Сообщение» – www.soob.ru
10. журнал PR-Week - www.prweek.com
11. Профессиональные международные организации в области связей с общественностью: Американское общество по связям с общественностью (PRSA): www.prsa.org
12. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС): www.akos.newmail.ru
13. Европейская конфедерация связей с общественностью (CERP): www.sbg.ac.at/cerp.
14. Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA): www.ipranet.ru

15. Международный Комитет Ассоциаций компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO): www.marrtex.co.uk/prca

д) состав лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

№ п/п	Наименование	№ договора(лицензия)	Страна производитель
1.	Windows 10 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
2.	Windows 10 Pro for Workstations	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
3.	Windows 8.1 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
4.	Windows 8.1 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
5.	Windows 8 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
6.	Windows 8 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
7.	Windows 7 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
8.	Windows 7 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
9.	Office Standard 2016	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
10.	Office Standard 2013	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
11.	Office Standard 2010	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г	США
12.	Система тестирования Sunrav WEB Class	№468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)	Россия
13.	Программное обеспечение 1С: Предприятие. Бухгалтерский Учет. Типовая конфигурация 8 сетевая версия	№ СД/108 от 29.08.2017 (максимум-софт) бессрочно	Россия
14.	Система компьютерной верстки MikTex	Лицензия FSF/Debian (Свободное программное обеспечение) (бессрочно)	
15.	Kasperksy Endpoint Security	До 22.01.2024	Россия
16.	Программное обеспечение для редактирования химических формул Isis Draw	Свободное программное обеспечение(бессрочно)	США
17.	Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»	№ 6262 от 09.01.2023 (действителен до 31.12.2023г) с ОАО «Анти-Плагиат»	Россия
18.	Программное обеспечение 1С: Предприятие 8.3 Управление торговлей	№КП /108 от 29.08.2017 с ООО «Максимум»(бессрочно)	Россия
19.	Программное обеспечение 1С:зарплата и кадры гос.учреждения8	№СД./ №126., 01.07.2020г. «МАКСИМУМ-	Россия

		СОФТ» бессрочно	
20.	Программное обеспечение ИС:бюджет.	№СД/76 01.03.2017г. «максимум-софт» (бессрочно)	Россия
21.	Автоматизированная система «Управление –Деканат БРС»	Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611830 от 06.02.2015г.(бессрочно)	СОГУ
22.	Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»	Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611829 от 06.02.2015г. (бессрочно)	СОГУ
23.	Планы	№8867, от09.01.2023г. (09.01.2023г. до 31.12.2023г.) ООО ЛММИС	Россия
24.	VSDesk	№ 210406/01 от 06.04.2021г. ИП И.А.Сергеевич Тех.под. 07.04.2022	Россия
25.	«Галактика»	от 14.03.2022г (примерная дата)	Россия
26.	DIRECTUM RX – Система электронного документооборота	ООО Галактика ИТ договор № 120320/Д/А от 14.03.2022(примерная дата)	Россия
27.	Услуги связи (доступ к сети интернет)	ООО Алком № AL-0044 от 01.02.2022г -31.12.2022г	Россия
28.	MOODLE	Бесплатное российское	США (бесплатное российское)
29.	«Галактика РУЗ»	Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г	Россия
30.	Личный кабинет абитуриента	Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г	Россия
31.	Личный кабинет студента/сотрудника	Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г	Россия
32.	Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ(ЭБД РГБ)	https://dvs.rsl.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
33.	ЭБС"Университетская библиотека ONLINE"	https://biblioclub.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
34.	ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru»	http://elibrary.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
35.	Универсальная баз данных East View	https://dlib.eastview.com	США
36.	ЭБС «Консультант студента» Студенческая электронная библиотека по медицинскому	http://www.studentlibrary.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия

	и фармацевтическому образованию, а также по естественным и точным наукам в целом.		
37.	ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям	www.biblio-online.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
38.	КЭП (домен на яндексе)	бесплатное	Россия
39.	РусГард	бесплатное	Россия
40.	ViPNet		Россия

2.7 Материально-техническое обеспечение подготовки и проведения государственного экзамена

Учебная аудитория № 314 для проведения занятий лекционного, семинарского типа (362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №7) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации:

преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, демонстрационное оборудование - мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Windows 8.1 Professional; OfficeStandard 2010; Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; КонсультантПлюс; Гарант; Moodle, Cisco Webex; учебно-наглядные пособия.

Помещения для самостоятельной работы:

- № 315, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №7, ауд. 315 компьютерный класс с доступом к ресурсам сети Интернет: преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), колонки, ПК преподавателя, ПК обучающихся, программное обеспечение: Windows7.1 Professional; OfficeStandard 2016; WinRar; Microsoft Visio; Microsoft Visualstudio; Kaspersky Security Cloud; КонсультантПлюс, Гарант, Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний», Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат. ВУЗ»;

- **библиотека, в том числе читальный зал** (362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Церетели / Ватутина, дом 16/19, учебный корпус №6) : столы, стулья, ПК для обучающихся, программное обеспечение, учебные и научные фонды библиотеки СОГУ, доступ к электронным библиотечным ресурсам:

ЭБС "Университетская библиотека Online" <http://www.biblioclub.ru>

Электронная библиотека диссертаций РГБ (ЭБД РГБ) <https://dvs.rsl.ru>

Электронная библиотека «Консультант студента» <http://www.studmedlib.ru/>

Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>

База данных «ЭБС elibrary» <http://elibrary.ru>

Электронная библиотека «Юрайт» <http://biblio-online.ru>

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ И ЗАЩИТЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

3.1 Общие положения

Методические рекомендации разработаны на основании:

- ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент;
- ГОСТ Р 7.05-2008 (Библиографическая ссылка);
- ГОСТ 7.32-2001 в ред. Изменения № 1 от 01.12.2005, ИУС № 12, 2005 (Отчет о научно-исследовательской работе);
- ГОСТ 7.0.100-2018 (Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления);
- Положения об организации выполнения и защиты выпускной квалификационной работы по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и **программам магистратуры** ФГБОУ ВО «СОГУ» (приказ № 102 от 30.04.2020 г.).

Методические указания предназначены для студентов ОПОП по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью».

40.2 Цели и задачи выпускной квалификационной работы

Целью защиты выпускной квалификационной работы (далее - ВКР) является выявление соответствия уровня и качества подготовки выпускников образовательным стандартам по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью».

Для реализации указанной цели необходимо решение следующих основных **задач**:

- формирование навыков самостоятельного научного и практического подхода к освоению учебного материала;
- развитие и закрепление у студентов навыков глубокого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы;
- выработка навыков и умений грамотно и аргументированно излагать материал в письменной и устной форме;
- умение четко формулировать теоретические выводы, обобщать результаты и давать практические рекомендации.

Выпускная квалификационная работа должна обладать актуальностью, новизной и практической значимостью.

3.3 Требования к выполнению выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа (ВКР) - это самостоятельное законченное научное исследование студента, в котором содержатся результаты его научно-исследовательской работы. ВКР должна демонстрировать высокий уровень профессиональной эрудиции выпускника, его методическую подготовленность, умение самостоятельно вести научный поиск и оформлять его результаты в законченную научную работу.

Темы выпускных квалификационных работ разрабатываются и утверждаются кафедрой бухгалтерского учета и налогообложения. Студенту предоставляется право выбрать любую тему из утвержденной тематики.

Тема выпускной квалификационной работы может быть предложена студентом при условии обоснования им целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

Выбрав тему ВКР, студент подает **заявление** на имя заведующего кафедрой с указанием своей фамилии, имени и отчества, курса, формы обучения, направления подготовки, темы работы, фамилии, имени и отчества научного руководителя (**Приложение 1**).

Руководителей выпускных квалификационных работ назначает руководитель кафедры Университета, по которой выбрана тема, из числа профессорско-преподавательского состава кафедры.

Изменение темы ВКР, а также замена научного руководителя ВКР (после издания приказа по Университету), допускаются только в случае уважительной причины с повторной процедурой утверждения на всех уровнях.

Закрепление тем ВКР с указанием научных руководителей за студентами оформляется приказом ректора Университета.

Для организации работы над ВКР студент совместно с руководителем ВКР должен разработать **индивидуальный план** работы (задание) по подготовке ВКР (**Приложение 2**) на весь период с указанием очередности выполнения отдельных этапов. Студент, как автор ВКР, обязан корректно использовать диагностический инструментарий, быть объективным в выборе методов исследования и описании полученных результатов, а также ответственным за истинность приводимых данных.

Руководитель ВКР:

- оказывает помощь в разработке индивидуального плана работы (задания) по подготовке выпускной квалификационной работы;
- рекомендует студенту необходимую основную литературу, справочно-нормативные и другие источники по теме ВКР;
- консультирует по вопросам содержания и последовательности выполнения ВКР;
- осуществляет контроль за ходом выполнения ВКР;
- ежемесячно представляет сведения о выполнении работы закрепленным выпускником заведующему кафедрой;
- составляет письменный отзыв о ВКР, в котором раскрывает характеристику выполненной работы по всем разделам ВКР, отражает личный вклад студента в содержание работы, дает мотивированное заключение о возможности допуска ВКР к защите (**Приложение 3**).

Тексты ВКР размещаются в электронно-библиотечной системе Университета и проверяются на объём заимствования.

Для осуществления проверки ВКР, допущенные к защите заведующим кафедрой, высылаются научным руководителем или заведующим кафедрой в электронном виде на адрес: - laaguzarova@nosu-team.ru.

В течение 7 дней после получения материалов осуществляется проверка в системе «Антиплагиат», результаты в печатном варианте (справка о проверке в системе «Антиплагиат») передаются заведующему кафедрой (**Приложение 4**). Уровень оригинальности ВКР для работ магистров должен составлять не менее 70% оригинальности, при этом оригинальный текст, то есть без цитирования, должен составлять не менее 55 %.

Студент предоставляет на кафедру электронную версию ВКР не позднее чем за 2 недели до защиты ВКР. Выполненная ВКР подписывается автором работы и представляется научному руководителю. Последний дает письменный отзыв о содержании работы, подписывает ее. Студенты Университета несут ответственность за предоставление своей ВКР в установленные сроки.

ВКР сдается студентом на кафедру в печатном и переплетенном (сброшюрованном) виде с подписью студента и научного руководителя. Вместе с ВКР на кафедру должны быть представлены отзыв руководителя, индивидуальный план работы (задание) по подготовке ВКР и справка о проверке в системе «Антиплагиат». Документовед кафедры, получив ВКР, проверяет тему ВКР на соответствие приказу о закреплении тем и назначении научных руководителей и результат проверки ВКР на определение степени заимствования. Полученные ВКР регистрируются в журнале регистрации ВКР.

Заведующий кафедрой на основании отзыва научного руководителя и после проверки ВРК принимает решение о допуске студента к защите, делая соответствующую запись на титульном листе ВКР.

Поступившая на кафедру ВКР передается на рецензию из числа лиц назначенных рецензентов, не являющихся работниками кафедры (**Приложение 6**).

Не позднее чем за две недели до итоговой государственной аттестации, кафедра организует предварительную защиту ВКР с целью определения степени ее готовности.

3.4 Требования к структуре и содержанию ВКР

Структура и содержание ВКР определяются ее целями и задачами. Примерная структура ВКР:

- титульный лист (**Приложение 5**);
- оглавление;
- введение;
- основная часть (количество глав и параграфов определяется целью и задачами как правило, работа состоит из 3 глав);
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости).

Характеристика элементов структуры ВКР:

На **титульном листе** содержатся: полное название образовательного учреждения; информация о ведомственной принадлежности СОГУ (факультет и кафедра); тема ВКР; сведения об авторе и научном руководителе; сведения о времени и месте выполнения ВКР.

ВКР подписывается выпускником, научным руководителем и заведующим кафедрой. Подпись заведующего кафедрой подтверждает допуск к защите при наличии справки «Антиплагиат». Заполнять титульный лист рекомендуется синими или черными чернилами. Это первая страница ВКР.

Содержание отражает план работы с указанием страниц (введение, название глав и параграфов, заключение, список использованных источников) без сопроводительного подчеркивания. Это вторая страница ВКР.

Введение представляет собой вводную часть ВКР, в которой обосновывается *актуальность темы исследования*, определяется *цель* (исходя из названия темы) и устанавливаются *задачи* исследования (исходя из названия глав). Также во введении указывается *степень разработанности проблемы* (научный кругозор соискателя, а также четко обозначается, кто занимался подобными исследованиями в данном направлении), *объект* (то, что непосредственно подвергается исследованию) и *предмет* исследования (предмет исследования является частью объекта исследования, под предметом исследования понимаются значимые с теоретической или практической точки зрения, свойства, особенности или стороны объекта), *теоретическая и методологическая основа исследования* (одна или несколько взаимосвязанных концептуальных идей, в русле которых выстраивается проводимое исследование), *информационно-эмпирическая база исследования* (описываются источники материала, в частности нормативно-правовая база, учебная литература, цифровой материал), *научная новизна* (критерий исследования, определяющий степень преобразования, дополнения, конкретизации научных данных, конкретная авторская позиция), *теоретическая значимость исследования* (раскрытие теоретического значения работы; описание того, где могут быть использованы результаты и для чего), *практическая значимость исследования* (указание на возможность дальнейшего применения предложенных автором практических рекомендаций; раскрытие практического значения работы), *структура и объем ра-*

боты (излагается кратко содержание введения, основной части, заключения, а также указывается объем исследования - количество страниц, таблиц и рисунков, источников литературы). Рекомендуемый объем введения 5-6 страницы. Это третья страница ВКР.

Основная часть ВКР включает не менее трех глав с 2-5 параграфами в каждой. Без параграфов глава не может быть составлена. Название глав и параграфов не могут дублироваться. Глава должна иметь название, отражающее существо изложенного в нем материала.

Содержание **первой главы** ВКР раскрывает исторические, теоретические и методические аспекты темы исследования, сформированные на основе сбора, изучения и обработки нормативно-правовых источников (кодексы, указы, законы, приказы, положения, инструкции) и научной литературы (учебники, учебные пособия, монографии, диссертации, авторефераты). В ней содержатся различные теоретические концепции, принятые понятия и их классификация, а также своя аргументированная позиция по данному вопросу. Завершается первая глава обоснованием необходимости проведения аналитической части работы. Рекомендуемый объем первой главы 25-27 страниц.

Во **второй главе** ВКР анализируются практические аспекты деятельности объекта исследования. Формирование главы производится на основе практических данных, накопленных во время прохождения преддипломной практики. В ней содержится анализ конкретного материала по избранной теме (за 3-5 г.), описание выявленных закономерностей, проблем и тенденций развития объекта исследования. Имеющийся статистический материал следует систематизировать в таблицах и рисунках. Описание к ним должно основываться на приведенных в таблицах и рисунках данных. Рекомендуемый объем второй главы 15-17 страниц.

В **третьей главе** ВКР автор приводит актуальные проблемы по исследуемой теме, предлагает возможные экономически обоснованные пути их решения, а также основные направления и изменения. В конце третьей главы формулируются краткие самостоятельные выводы по всей главе. Рекомендуемый объем третьей главы 25-27 страниц.

Заключение содержит обобщенные итоговые выводы по всем главам, которые автор выявил в ходе исследования. В соответствии с поставленной целью и задачами, раскрывается актуальность полученных результатов. При этом выводы общего порядка, не вытекающие из содержания и результатов ВКР, не допускаются. Запрещены механические повторения выводов по отдельным главам. Заключение лежит в основе доклада студента. Рекомендуемый объем заключения 5-6 страниц.

Список использованных источников должен содержать перечень источников, использованных при выполнении работы. Рекомендуемое количество литературы - не менее 50 источников. Рекомендуемый объем литературы 5-7 страниц.

Приложения к ВКР не является обязательной ее частью. К ним прибегают в тех случаях:

- когда теоретический или экспериментальный материал слишком велик и затрудняет чтение ВКР (схемы, таблицы, разработки);
- когда автор хочет привести какой-либо вспомогательный материал (результаты диагностических методик);
- когда автор приводит материалы дополнительного, справочного характера.

3.5 Требования к оформлению ВКР

ВКР переплетается в стандартную твердую обложку в одном экземпляре, подается на кафедру в печатном виде. Текст работы выполняется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297). Шрифт: Times New Roman, размер шрифта: 14, межстрочный интервал: 1,5. Поля: левое - 30 мм, правое - 15 мм, верхнее и нижнее - 20 мм. Форматиро-

вание текста по ширине, без интервалов и отступов между строками и абзацами. Не рекомендуется делать в тексте ВКР никаких выделений (жирным шрифтом, курсивом, подчеркиванием).

Рекомендуемый объем ВКР 70-80 страниц.

Названия всех структурных частей ВКР начинаются с нового листа и выравниваются по центру страниц, печатаются заглавными буквами, выделяются жирным шрифтом и в конце последнего слова точка не ставится (**СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ГЛАВА 1., ГЛАВА 2., ГЛАВА 3., ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**). Переносы слов в заголовках не допускаются. Не желательны переносы слов в целом в ВКР. Главы и параграфы должны иметь порядковые номера, обозначенные арабскими цифрами, где первая цифра – номер главы, вторая – номер параграфа в этой главе (например, Глава 1., параграфы 1.1. и 1.2.).

Страницы ВКР нумеруются арабскими цифрами внизу листа справа, без точки на конце. Все страницы нумеруются по порядку без пропусков и повторений. На титульном листе номер страницы не ставится, но в общую нумерацию страниц работы включается. Порядковый номер начинается с цифры 3.

Цифровой материал приводится в аналитических таблицах. Все таблицы нумеруются арабскими цифрами, в конце порядкового номера таблицы ставится точка (например, «Таблица 4.»). Таблицы имеют названия с указанием периода (годы). Название помещается над таблицей, выделяется жирным шрифтом и выравнивается по центру. В обязательном порядке указывается единица измерения. Если единица измерения во всех графах (строках) одна, то ее следует указать между таблицей и ее названием в правом углу (например, «(млн.руб.)»). Если в графах (строках) единицы измерения разные, то их следует указать в подзаголовках каждой графы (строки) отдельно (например, «млн.руб.» и «%»). Ко всем таблицам необходимо описание до и после их размещения. Если таблица переходит на следующую страницу, то следует указать, что это продолжение таблицы с его порядковым номером (например, «Продолжение таблицы 4»). Графы в таблицах нумеруются при переходе на следующую страницу. После таблицы следует указать источник. Источник к таблице рекомендуется печатать 12 шрифтом.

В ВКР может быть представлен цветной и черно-белый иллюстративный материал. Все иллюстрации в ВКР именуются рисунками. Рисунки обозначаются сокращено («Рис.»). Они нумеруются арабскими цифрами, в конце порядкового номера рисунка ставится точка (например, «Рис.2.»). Далее пишется название рисунка с указанием периода (годы) и единицы измерения (например, «Рис.2. Динамика удельного веса налоговых поступлений в структуре доходов консолидированного бюджета РСО-Алания за 2013-2015 гг., (%)»). Название помещается внизу, под рисунком, выделяется жирным 14 шрифтом и выравнивается по ширине. Данные и период в самом рисунке следует показать. Ко всем рисункам необходимо описание до и после их размещения. В каждом рисунке следует указывать источник.

В тексте документа допускаются формулы и ситуационные примеры. Пояснения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, если они не пояснены ранее в тексте, должны быть приведены непосредственно под формулой. Пояснения каждого символа следует давать с новой строки в той последовательности, в которой символы приведены в формуле. Первая строка пояснения должна начинаться со слова "где". Формулы должны нумероваться сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках (например, « $B_p = N_n + N_c + N_f + N_p / P_p + P_c$ (5)»).

В ВКР размещают, нумеруют и оформляют ситуационные примеры. Пояснения символов, входящих в пример делаются аналогично формулам. Примеры нумеруются арабскими цифрами и выравниваются по правому краю жирным 14 шрифтом.

В тексте ВКР не допускается: применять обороты разговорной речи; применять несколько раз один и тот же текст; применять произвольные словообразования; применять

сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии и соответствующими государственными стандартами (перечень допускаемых сокращений слов установлен в ГОСТ Р 7.0.12-2011); применять математические знаки (например, «-», «>», «=»).

Если в ВКР приводятся сокращения специальных терминов, следует указать при первом упоминании их расшифровку полностью и в скобках пометить сокращенный вариант (например, «консолидированная группа налогоплательщиков (далее КГН)»). В тексте ВКР возможно применение общепринятых сокращений: «т.е.» - то есть, «и т.д.» - и так далее, «и т.п.» - и тому подобное, «и др.» - и другие, «и пр.» - и прочие, «см.» - смотри, «напр.» - например, «в.» - век, «вв.» - века, «г.» - год, «гг.» - годы.

В списке использованных источников применяется сквозная нумерация всех источников арабскими цифрами. Список использованных источников формируется в следующем порядке:

- законы РФ (в прямой хронологической последовательности);
- указы Президента (в той же последовательности);
- постановления Правительства РФ (в той же последовательности);
- нормативные акты, инструкции;
- иные официальные материалы (резолуции-рекомендации международных организаций и конференций, официальные доклады, официальные отчеты и др.);
- монографии, учебники и учебные пособия (в алфавитном порядке),
- авторефераты диссертаций (в алфавитном порядке);
- научные статьи (в алфавитном порядке)
- интернет-источники, например, <https://bci-marketing.ru> – Практический маркетинг

Слово «год» в источниках литературы не пишется.

Важным моментом при написании ВКР является оформление ссылок на используемые источники. В соответствии с п. 4.7 Положения об организации выполнения и защиты выпускной квалификационной работы в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова» библиографические ссылки в тексте ВКР оформляются в виде: [3] или [3,с.265], где первая цифра – номер в Списке использованных источников, а вторая – номер страницы в этом источнике, если есть необходимость ее указать.

Во введении и заключении сносок не должно быть.

Приложения следует оформлять как продолжение ВКР на ее последующих страницах или отдельно, располагая их в порядке появления на них ссылок в тексте работы. Рекомендуется в начале структурного элемента ВКР «ПРИЛОЖЕНИЯ» дать перечень всех приложений, с указанием их названий. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы и иметь содержательный заголовок, напечатанный прописными буквами. В правом верхнем углу над заголовком прописными буквами должно быть напечатано слово «ПРИЛОЖЕНИЕ». Если приложений в работе несколько, то их следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией, без точек в конце.

Оформление титульного листа к ВКР должно соответствовать образцу. В верхней части листа указывается полностью наименование Университета. Посередине листа пишется вид работы - выпускная квалификационная работа, затем ее тема. Название работы должно быть кратким, точно соответствовать ее содержанию. Справа, ниже заголовка, - кто выполнил работу: студент, курс, форма обучения, направление (специальность), Ф. И. О. Еще ниже - Ф. И. О. руководителя ВКР. Внизу титульного листа указывается город и год выполнения работы.

Выпускная квалификационная работа должна быть сброшюрована в твердой обложке.

3.6 Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Защита ВКР проходит на открытом заседании ГЭК с участием не менее двух третей ее состава, присутствовать на которой могут все желающие. Члены ГЭК имеют возможность ознакомиться с ВКР, которая предлагается им на рассмотрение, на заседании комиссии перед выступлением студента.

На защиту отводится до 1 академического часа, из них 10-15 минут дается на доклад (краткое сообщение).

Последовательность защиты:

- председатель ГЭК называет тему работы и предоставляет слово автору;
- после доклада члены ГЭК и все присутствующие могут задавать ему вопросы по содержанию работы, на которые надо убедительно ответить;
- затем научный руководитель выступает с отзывом о ВКР; если по какой-то причине он не присутствует на защите, его отзыв зачитывает председатель ГЭК.

По окончании защиты всей группы студентов объявляется совещание ГЭК, в котором участвуют только члены комиссии. На совещании обсуждается письменная работа и устная защита персонально каждого студента. При определении итоговой отметки по защите ВКР учитываются: доклад выпускника; ответы на вопросы; оценка рецензента; отзыв руководителя.

Студенты, участвующие в студенческих научных обществах, кружках, принимающие участие в конференциях за пределами Университета и имеющие публикации, по решению ГЭК могут получить дополнительный балл при определении итоговой отметки по защите ВКР.

Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно» и объявляются в день защиты после оформления протоколов заседаний ГЭК в установленном порядке. Основанием для определения итоговой отметки служат критерии оценки ВКР.

Ход заседания ГЭК протоколируется. В протоколе фиксируются: итоговая отметка ВКР, присуждение квалификации и мнения членов комиссии.

Студенты, выполнившие ВКР, но получившие при защите оценку «неудовлетворительно», имеют право на повторную защиту. В этом случае ГЭК может признать целесообразным повторную защиту той же темы ВКР либо вынести решение о закреплении за ним новой темы ВКР и определить срок повторной защиты, но не ранее следующего периода работы ГЭК.

Студенту, получившему оценку «неудовлетворительно» при защите ВКР, выдается справка об обучении утвержденного в Университете образца. Справка обменивается на диплом в соответствии с решением ГЭК после успешной защиты студентом ВКР.

3.7 Критерии оценивания ВКР

Описание критерия	Оценка
<p>ВКР выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлена в соответствии со стандартом;</p> <p>выступление студента на защите структурировано, раскрыты причины выбора и актуальность темы, цель и задачи работы, предмет, объект, соблюдены хронологические рамки исследования, логика выведения каждого наиболее значимого вывода;</p> <p>в заключительной части доклада студента показаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, освещены вопросы дальнейшего применения и внедрения результатов исследования в практику;</p>	<p>«отлично»</p>

<p>длительность выступления соответствует регламенту; отзыв руководителя и рецензия на ВКР не содержат замечаний;</p> <p>ответы на вопросы членов ГЭК логичны, раскрывают сущность вопроса,</p> <p>подкрепляются положениями монографических источников и нормативно-правовых актов, выводами и расчетами из ВКР , показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом;</p> <p>информационные технологии широко применяются студентом как в самой ВКР, так и во время выступления.</p>	
<p>ВКР выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ней;</p> <p>выступление на защите ВКР структурировано, допускаются одна-две неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, целей и задач работы, предмета, объекта и при соблюдении хронологических рамок исследования, допускается погрешность в логике выведения одного из наиболее значимых выводов, которая устраняется в ходе дополнительных уточняющихся вопросов;</p> <p>в заключительной части доклада студента недостаточно отражены перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы дальнейшего применения и внедрения результатов исследования в практику;</p> <p>длительность выступления студента соответствует регламенту;</p> <p>отзыв руководителя и рецензия на ВКР не содержат замечаний или имеют незначительные замечания;</p> <p>в ответах студента на вопросы членов ГЭК допущено нарушение логики, но, в целом, раскрыта сущность вопроса, тезисы выступающего подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами из ВКР , показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом;</p> <p>информационные технологии применяются студентом ограниченно как в самой ВКР, так и во время выступления.</p>	«хорошо»
<p>ВКР выполнена в соответствии с целевой установкой, но не в полной мере отвечает предъявляемым требованиям, в том числе по оформлению в соответствии со стандартом; выступление студента на защите ВКР структурировано, допускаются неточности при раскрытии причин выбора и актуальности темы, целей и задач работы, предмета, объекта и при соблюдении хронологических рамок исследования допущена грубая погрешность в логике выведения одного из наиболее значимых выводов, которая, при указании на нее, устраняется с трудом;</p> <p>в заключительной части доклада студента недостаточно отражены перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы дальнейшего применения и внедрения результатов исследования в практику;</p>	«удовлетворительно»

<p>длительность выступления студента превышает регламент; отзыв руководителя и рецензия на ВКР содержат замечания и перечень недостатков, которые не позволили студенту полностью раскрыть тему;</p> <p>ответы студента на вопросы членов ГЭК не раскрывают до конца сущности вопроса, слабо подкрепляются положениями монографических источников и нормативно-правовых актов, выводами и расчетами из ВКР, показывают недостаточную самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом;</p> <p>информационные технологии применяются студентом в недостаточном количестве как в самой ВКР, так и во время выступления;</p> <p>в процессе защиты ВКР студент продемонстрировал понимание содержания ошибок, допущенных им при ее выполнении.</p>	
<p>ВКР выполнена с нарушением целевой установки, не отвечает предъявляемым требованиям, в оформлении имеются отступления от стандарта;</p> <p>выступление студента на защите не структурировано, недостаточно раскрываются причины выбора и актуальность темы, цели и задачи работы, предмет, объект и не соблюдаются хронологические рамки исследования, допускаются грубые погрешности в логике выведения нескольких из наиболее значимых выводов, которые, при указании на них, не устраняются;</p> <p>в заключительной части доклада студента не отражаются перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы дальнейшего применения и внедрения результатов исследования в практику;</p> <p>длительность выступления студента значительно превышает регламент;</p> <p>отзыв руководителя и/или рецензия на ВКР содержат аргументированный вывод о несоответствии работы требованиям образовательного стандарта;</p> <p>ответы студента на вопросы членов ГЭК не раскрывают сущности вопроса, не подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами из ВКР, показывают отсутствие самостоятельности и глубины изучения проблемы студентом;</p> <p>информационные технологии не применяются в ВКР и при докладе студента;</p> <p>в процессе защиты ВКР студент демонстрирует непонимание содержания ошибок, допущенных им при ее выполнении.</p>	<p>«неудовлетворительно»</p>

3.8 Примерные темы ВКР по направлению 38.04.02 «Менеджмент» программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью»

1. Разработка стратегии маркетинга при бизнес-планировании (развития фирмы, создания нового бизнеса и т. д.)
2. Современные стратегии управления брендами
3. Стратегический маркетинг: новые акценты и технологии

4. Управление разработкой и выведением на рынок новых товаров и услуг для бизнеса.
5. Управление разработкой, факторы успеха и риски создания новых товаров и услуг для бизнеса.
6. Формирование клиентского портфеля
7. Маркетинговая стратегия организации в условиях развивающихся рынков
8. Разработка маркетинговой стратегии организации
9. Анализ маркетинговой среды организации
10. Роль маркетинговых исследований для оптимизации ассортиментной политики на предприятии
11. Маркетинговая информация и эффективность ее использования в организации
12. Использование информационных технологий в организации маркетинговой деятельности
13. Маркетинговые исследования поведения покупателей на рынке
14. Маркетинговые исследования конкурентной среды организации
15. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций организации
16. Оценка конкурентоспособности организации в современных рыночных условиях
17. Инструменты маркетинга-микс в управлении рыночной деятельностью организации
18. Маркетинговый анализ как средство принятия управленческих решений
19. Товарные марки как метод повышения эффективности продвижения товара
20. Стимулирование сбыта в системе эффективного продвижения товара
21. Роль мерчендайзинга в управлении предприятием
22. Интернет-бизнес как средство эффективного продвижения товаров
23. Система стимулирования спроса, ее задачи и маркетинговые инструменты регулирования спроса
24. Цели и методы разработки маркетинговой стратегии предприятия.
25. Товарная и марочная политика фирмы. Схема разработки нового товара
26. Методы и этапы организации и проведения рекламной кампании
27. Планирование и проведение коммуникационной кампании (с помощью, на основе использования рекламы, PR, институциональной рекламы, лоббирования, фандрайзинга, спонсорства, работы с журналистами, выставочной деятельности, event-маркетинга, социальной рекламы, вирусной рекламы, PR и т.п.) в организации, фирме, в Интернет, социальных сетях, блогах, сайте и пр.(офф-лайн или он-лайн) (на примере... на примере рекламной, PR кампании)
28. Совершенствование продвижения торговой марки/бренда (в отрасли, сфере, на рынке) в социальных сетях (на примере ...)
29. Совершенствование управления коммуникационной деятельностью компании (на основе рекламы, PR) (на примере... на примере рекламной, PR кампании)
30. Совершенствование управления коммуникационной (реклама, PR) деятельностью компании на основе разработке нового товара, выведение бренда, брендинга (фирменного стиля) (на примере... на примере рекламной, PR кампании)
31. Совершенствование управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями продвижения бренда (торговой марки, компании, фирмы) в сфере, отрасли, на рынке (на примере... на примере рекламной, PR кампании)
32. Совершенствование рекламы, PR (продвижения марки, бренда товаров /услуг) на основе проведения маркетинговых исследований рынка (ситуационного анализа)/ на основе анализа потребительского поведения (на рынке, групп, сегментов и т. п.) (на примере... на примере рекламной, PR кампании)
33. Совершенствование управления коммуникациями (реклама и СО) в социальных сетях (на примере... на примере рекламной, PR кампании)
34. Управление рекламой на основе совершенствования медиапланирования (на примере... на примере рекламной, PR кампании)

35. Совершенствование коммуникационной деятельности в различных отраслях и сферах деятельности (на примере... рекламной, PR кампании)
36. Оптимизация управления товарным ассортиментом на предприятиях розничной торговли.
37. Роль и значение товарного знака в коммерческой деятельности предприятия.
38. Рациональная организация товароснабжения в сфере торговли.
39. Организация продажи товаров с использованием принципов мерчендайзинга.
40. Формирование коммуникационного комплекса коммерческой фирмы
41. Анализ имиджа и формирование идеального образа фирмы (на примере...).
42. Разработка рекламной компании продукта (услуги).
43. Организация маркетинговых исследований в коммерческих банках в современных условиях.
44. Исследование потенциала рынка (на примере конкретного продукта, услуги).
45. Специфика маркетинговой деятельности в сфере услуг.
46. Совершенствование организации сервиса в коммерческо-посреднической фирме.
47. Анализ межфирменной конкуренции на рынке товаров (услуг).
48. Проблемы разработки системы доставки грузов потребителям.
49. Современная концепция организации перевозок и пути ее реализации (на примере...).
50. Анализ товарной политики фирмы и пути ее совершенствования (на примере ...).
51. Анализ сбытовой политики фирмы и пути ее совершенствования (на примере...).
52. Анализ коммуникационной политики фирмы и пути ее совершенствования (на примере...).
53. Разработка ценовой политики фирмы (на примере...)
54. Сформирование логистической системы предприятия.
55. Организация маркетинговых исследований на рынке (на примере конкретных товаров или услуг).
56. Организация рекламной деятельности и пути ее совершенствования.
57. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций (на примере...).
58. Особенности разработки комплекса маркетинга в современных условиях.
59. Применение логистических принципов в управлении материальными потоками (на примере промышленного предприятия, торговой организации).
60. Исследование логистических принципов управления внутрипроизводственными потоками материальных ресурсов (на примере производственного предприятия, торговой фирмы).
61. Исследование информационных потоков коммерческой деятельности (на примере предприятия, организации).
62. Исследование взаимодействия маркетинга и логистики в коммерческой деятельности предприятия (на примере ...).
63. Исследование условий внедрения и развития лизинга.
64. Проблемы риска в деятельности торговой фирмы.
65. Совершенствование организации сервисных услуг в коммерческо-посреднической фирме.
66. Анализ имиджа и формирование идеального образа фирмы (на примере...).
67. Разработка плана маркетинга фирмы (на примере...).
68. Разработка рекламной компании продукта (услуги).
69. Организация маркетинговых исследований в коммерческих банках в современных условиях.
70. Исследование потенциала рынка (на примере конкретного продукта, услуги).
71. Роль стандартизации и сертификации в обеспечении качества продукции (услуг).
72. Реализация торгово-технологических процессов в магазине (на примере...).

73. Оптимизация управления товарным ассортиментом на предприятиях розничной торговли.
74. Роль и значение товарного знака в коммерческой деятельности предприятия.
75. Организация продажи товаров с использованием принципов мерчендайзинга.
76. Формирование коммуникационного комплекса коммерческой фирмы.
77. Инновационная политика предприятия (фирмы, организации) как фактор повышения его конкурентоспособности.
78. Организация и проблемы сбора информации для маркетинговых исследований.
79. Товарные марки и технология их создания и продвижения: особенности и проблемы развития на внутреннем и мировом рынках (на примере предприятий РСО - Алания).
80. Развитие международного франчайзинга: состояние, проблемы, перспективы (на примере предприятий республики).
81. Мультимедиа технологии в средствах маркетинговых коммуникаций.
82. Паблик рилейшнз в деятельности современных предприятий.
83. Психологические особенности восприятия рекламы.
84. Маркетинг в сфере жилищно-коммунального хозяйства (на примере конкретного предприятия).
85. Маркетинг в сфере строительных услуг (на примере конкретного предприятия).
86. Маркетинг в розничной торговле (на примере конкретного предприятия розничной торговли).
87. Маркетинг в сфере культуры (на примере конкретной организации).
88. Особенности маркетинга в туристическом бизнесе (на примере турфирм в РСО-Алания).
89. Использование элементов маркетинга предприятиями малого бизнеса (на примере конкретного предприятия).
90. Проблемы и перспективы развития банковского маркетинга (на примере деятельности банка РСО-Алания).
91. Разработка программы маркетингового исследования рынка для предприятия.
92. Проблемы (или вопросы) маркетинговых исследований индивидуальных потребителей товаров предприятия (фирмы).
93. Совершенствование управления формированием ассортимента на предприятии.
94. Таможенный маркетинг (на примере Северо-Осетинской таможни).
95. Директ-маркетинг как основа продвижения (на примере компании).
96. Использование возможностей PR- деятельности для формирования имиджа компании (на примере компании).
97. Концепция маркетинг-микс в практической деятельности компании (на конкретном примере).
98. Маркетинг в сфере развлекательных услуг (на примере компании).
99. Маркетинг в сфере юридических услуг (на примере компании).
100. Разработка маркетинговой стратегии предприятия индустрии гостеприимства (туристическая фирма, гостиница, кемпинг).
100. Формирование и развитие имиджа города как стратегическое направление территориального маркетинга.
101. Товарная политика предприятия и пути ее совершенствования.
102. Совершенствование организации коммерческой деятельности.
103. Поведение потребителей под влиянием брендов.
104. Маркетинговая активность как основа перспективного развития предприятия.
105. Коммерческая деятельность в интернет пространстве.
106. Влияние маркетинговой деятельности на конкурентоспособность организации
107. Инновационная деятельность организации как фактор конкурентоспособности организации

9 Материально-техническое обеспечение защиты ВКР

Учебная аудитория № 414 для проведения занятий лекционного, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (362025, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №7): преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, демонстрационное оборудование - мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Windows 8.1 Professional; Office Standard 2010; Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; КонсультантПлюс; Гарант; Moodle, Cisco Webex; учебно-наглядные пособия.

Помещения для самостоятельной работы:

№409 Лаборатория (Компьютерный класс):

Комплект специализированной учебной мебели, Рабочее место преподавателя Трибуна для выступлений. Доска меловая. Комплект специализированной учебной мебели. Наборы демонстрационного оборудования (мультимедийный проектор, экран).

Windows 7.1 Professional; Office Standard 2016; Win Rar; Microsoft Visio; Microsoft Visual studio.

Библиотека, в том числе читальный зал: столы, стулья, Компьютеры (в т.ч. с выходом в интернет, доступом в ЭИОС), программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Winrar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Консультант плюс.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1 Образец заявления

Заведующему кафедрой
маркетинга и рекламы
к.э.н., доценту
Кучиевой И.Х.
сту-
дента _____
_____ факультета
группы _____

ФИО

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу разрешить мне выполнить выпускную квалификационную работу № _____ на
тему: _____

«__» _____ 20__ г. _____
(подпись студента)

Тел. студента _____
E-mail студента _____

Согласовано:

Научный руководитель _____
(подпись) (должность, ФИО)

«__» _____ 20__ г.

Зав. кафедрой _____
(подпись) (ФИО)

«__» _____ 20__ г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ КОСТА ЛЕВАНОВИЧА ХЕТАГУРОВА»**

Факультет экономики и управления
Кафедра маркетинга и рекламы

Утверждаю

_____ *И.Х.Кучиева*
«__» _____ 202_ г.

Руководитель ВКР

_____ (ФИО)

(подпись)

Индивидуальный план работы (задание)

принял к исполнению _____ (дата)
_____ (подпись студента)

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПЛАН РАБОТЫ (ЗАДАНИЕ)

по подготовке выпускной квалификационной работы

Студент _____

(фамилия, имя, отчество)

1. Тема выпускной квалификационной работы _____

Утверждена приказом по СОГУ от _____

2. Срок сдачи студентом законченной работы _____

3. Перечень подлежащих разработке в выпускной квалификационной работе вопросов или краткое содержание выпускной квалификационной работы:

а) _____

б) _____

в) _____

г) _____

д) _____

4. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)

5. Дата выдачи задания

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»

Факультет _____
Кафедра _____

ОТЗЫВ

на выпускную квалификационную работу студента (фамилия, имя, отчество) направления (специальности) подготовки _____ на тему: _____

факультета _____

Заключение

Фамилия, имя и отчество руководителя выпускной квалификационной работы

Руководитель _____ ПОДПИСЬ

« _____ » .20 ____ г

Руководитель должен отразить в отзыве: сведения об актуальности темы работы, общую характеристику работы, ее достоинства и недостатки; умение студента анализировать и прогнозировать состояние и динамику объекта исследования; оценку полученных в ходе выполнения работы результатов, обоснованности выводов, предложений и рекомендаций студента; умение студента работать с литературными источниками и нормативными правовыми актами, его способность логично, ясно и грамотно излагать материал; степень самостоятельности студента при выполнении работы; оценку личностных характеристик, проявленных студентом в ходе выполнения работы; соблюдение (несоблюдение) установленного графика выполнения работы; соответствие работы установленным требованиям к оформлению; замечания (при наличии таковых).

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ КОСТА ЛЕВАНОВИЧА ХЕТАГУРОВА»

Факультет экономики и управления
Кафедра маркетинга и рекламы

Справка

В соответствии с приказом «О внедрении в СОГУ системы проверки текстовых документов на наличие неправомерных заимствований» была проведена проверка текста ВКР студента(ки) _____
(Ф.И.О. студента полностью)

Тема: _____

Объем работы _____ страниц

Заимствования _____ %

Цитирования _____ %

Оригинальность _____ %

Должность и подразделение

подпись

И.О. Фамилия

М.П.

« ____ » _____ 20__ г.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ КОСТА ЛЕВАНОВИЧА ХЕТАГУРОВА»**

Факультет экономики и управления
Кафедра маркетинга и рекламы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Студента(ки) __ курса, направление Ме-
неджмент, программа «Маркетинг, рекламы
и связи с общественностью»,
форма обучения _____

(Ф.И.О. студента, подпись)

Научный руководитель:

(ученая степень, должность, Ф.И.О. науч-
ного руководителя работы)

«Допущена к защите»
Заведующий кафедрой
Маркетинга и рекламы _____ к.э.н., доцент Кучиева И.Х.

«__» _____ 20__ г.

Владикавказ 20__

